

La prensa tradicional española discrimina al pueblo gitano

Los principales periódicos españoles adjudican al pueblo gitano estereotipos próximos a la marginalidad al presentarlo como un grupo culturalmente diferenciado de la mayoría de la sociedad. Esta es una de las conclusiones de un estudio de la Universidad de Valencia que ha comparado textos de los diarios *ABC*, *El País* y *La Vanguardia*. En cambio, la investigación destaca que canales de internet como YouTube ofrecen a esta minoría la posibilidad de comunicar una imagen propia.

SINC

15/6/2017 10:07 CEST

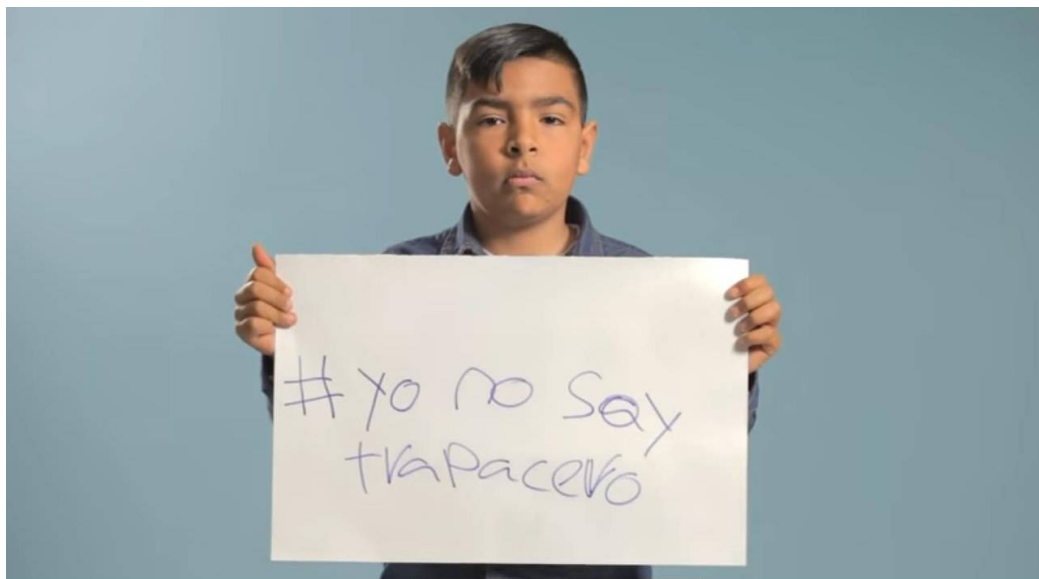


Imagen del video Yo no soy trapacero de la Fundación Secretariado Gitano. / UV

Un estudio de la Universidad de Valencia ha llevado a cabo un análisis del tratamiento de información relacionada con el pueblo gitano en la prensa tradicional entre los años 2003 y 2012. El objetivo ha sido comprobar si hay una tendencia a marginar a esta minoría.

Los periódicos seleccionados se han elegido con criterios de representatividad y, de entre ellos, 388 de los artículos pertenecen al *El País*, 328 al *ABC* y 254 a *La Vanguardia*.

Se han analizado mil artículos de 'El País', 'ABC' y
La 'Vanguardia'

El trabajo concluye que este tipo de prensa adjudica al pueblo gitano estereotipos próximos a la marginalidad al presentarlo como un grupo culturalmente diferenciado de la mayoría de la sociedad.

También destaca que acceder a nuevas vías de comunicación está ofreciendo a los gitanos la posibilidad de corregir este daño.

Además la investigación plantea que generar su propia imagen implica un avance para el pueblo gitano, dadas sus limitaciones en el acceso a los medios de comunicación y a los recursos tecnológicos.

'Yo no soy trapacero'

El vídeo *Yo no soy trapacero*, en el que se pueden ver a unos niños buscando la definición de la palabra *gitano* al diccionario, se hizo viral el 2015 como crítica a la Real Academia de la Lengua Española, que incluía trapacero como una acepción de la palabra gitano.

En este contexto, la investigación plantea que los canales de internet ofrecen a las minorías la posibilidad de comunicar una imagen propia. Este es el caso de YouTube, donde la facilidad para colgar y compartir hizo posible la viralidad del vídeo promovido por el Consejo Estatal del Pueblo Gitano.

Según los autores, “cuando presentan fotografías, titulares, planteamientos periodísticos o estrategias discursivas, lo hacen dentro de un estereotipo étnico que atribuye al pueblo gitano una conducta precivilizada y lejana, conectada con la inmigración”. Además, señalan que en todos los casos, “los gitanos se presentan en un estrato vital y moral alejado de la mayoría de la sociedad”.

La metodología de análisis de textos periodísticos ha consistido en la selección de tres segmentos temporales: 2003-2004, 2007-2008 y 2009-2010, periodos en los cuales el tratamiento informativo del grupo se

incrementó. La investigación incluye 970 textos con las palabras gitano, gitana, gitanos o gitanas.

Los investigadores señalan que existe “una reiteración de titulares polémicos, imágenes conflictivas y una tendencia a formar parte de la sección de sucesos, hechos que contribuyen a perpetuar los estereotipos que rodean al grupo”.

En la sección de sucesos

El trabajo también explica que el pueblo gitano como grupo minoritario aparece a la prensa convencional con cierta regularidad, pero el artículo concluye que están representados de forma discriminatoria, puesto que, a pesar de estar presente en espacios grandes, suele hacerlo en espacios fundamentalmente de sucesos. Este hecho, atenta contra los diferentes códigos deontológicos periodísticos.

En cambio, canales de internet como YouTube ofrecen a esta minoría la posibilidad de comunicar una imagen propia

En cambio, un mensaje horizontal a través de un canal nuevo como YouTube comunica sin intermediario y posibilita a la minoría gitana presentarse desmarcada del relato generado por los medios.

En el vídeo analizado, por ejemplo, se incide en cómo el lenguaje genera un prejuicio, y presenta niños que descubren, impactados, que Real Academia Española de la Lengua les adjudica una definición discriminatoria, que se afanan a desmentir. Un planteamiento que revierte el efecto de la discriminación y que no ha sido posible, de momento, en los medios tradicionales.

Este trabajo forma parte del proyecto de investigación PRODIS-LIMPIO: *Procesos de construcción del discurso político en Internet. Convergencia de partidos, medios y ciudadanos*, financiado por el MINECO y por fondos FEDER.

Referencia bibliográfica:

Joan M. Oleaque Moreno y Carolina Moreno Castro. "Del estereotipo gitano en la prensa de referencia al 'Yo no soy trapacero' de las redes sociales. Caso de estudio sobre la imagen y la representación mediática de una minoría étnica». *Revista Sistema* nº 246. Abril 2017. Págs. 81-95.

Derechos: **Creative Commons**

TAGS

ESTEREOTIPOS | PRENSA | REDES SOCIALES | DISCRIMINACIÓN | DIARIOS |
GITANOS |

Creative Commons 4.0

Puedes copiar, difundir y transformar los contenidos de SINC. [Lee las condiciones de nuestra licencia](#)

